

特集「データ分析」の発刊によせて

福島康夫

近年、企業の経営環境は激しく変化し、複雑性、不確実性が増大している。バブル経済の崩壊後、価格破壊が進み、顧客は商品やサービスを安価に手に入れることが可能になった。しかも、企業はその質を落とすことは許されず、より良質なものが求められ、顧客の嗜好も多様化している。多くの市場は成熟し、企業が顧客に対してメッセージと商品を送り出せば売れる時代から、顧客との接点から得られる情報を基に商品を送り出す時代へと変化している。その一方でインターネットというメディアは、企業と顧客の新たな接点となり、そのメディアの特性から多くの購買情報と顧客情報が取得可能となった。

このような環境変化の中、多くの企業で「勘」と「経験」だけに頼った企業活動が立ち行かなくなり、事実としてのデータと分析結果に基づく企業活動が必定となっている。今や販売計画は需要予測に基づき立案され、商品のプロモーションも過去のプロモーションの分析結果に基づいて行われている。また、多様化したユーザや大量データの人手による集計分析には限界があり、データマイニングをはじめとする新たな手法が求められている。これらを裏付けるように、分析市場のひとつであるビジネスインテリジェンス市場のガートナーによる2005年成長率は、16.2%となっており、相変わらず成長を続けている。

日本ユニシスでは、ダイレクトマーケティング分野を中心に、さまざまな分析システムを手がけてきた。日本でいち早くデータベースマーケティングの考え方を取り入れ、スコアリングによる顧客選択を可能とし、後にリスト診断、受注予測、売上げ速報機能を充実させた統合分析システムIMPACT-DM/MAシリーズ、ダイレクトマーケティング分野での経験を基に、数学的な知識が十分でない分析者でも、分析テーマさえ選定できればデータマイニングが行えるデータマイニング・ソリューションMiningPro 21、コンタクトセンターに寄せられる顧客の問合せからニーズ、クレームなどを分類し、商品企画、リスク管理を支援する顧客の声システムCVPro。いずれも単なるシステム提案ではなく、それぞれの業務とその課題に、先進的な考え方を常に取り入れたソリューションである。

また、顧客情報分析・予測のみならず、企業情報の観点で知財戦略立案の意思決定を支援するソリューションとして2005年6月にSBIインテクストラ社と共同で知財経営システムソリューションStraVisionを開発し、サービスを開始した。StraVisionは、企業価値として定量化できなかった特許の重要度を定量化し、知財ポートフォリオ（特許情報）として分析することによって、他社との比較など企業の技術ポートフォリオ、事業ポートフォリオと整合性を取った企業価値向上に向けた企業戦略立案を支援する。

このように近年データ分析の対象分野も広がりを見せており、従来の数値データの分析に留まらず、テキストデータ、画像データなども、データ分析の対象とする技術が求められている。日本ユニシスでは、これら市場の要望に応えるため、StraVisionにおいてはテキストデータで

ある特許を分析可能とするテキストデータマイニング技術，デジタル画像処理においては仮想世界の CG をより現実のものに近づける支援を可能とする画像データの輝度分布分析技術，CAD の分野においては測定ノイズを含む物体の高密度 3 次元計測データから滑らかな曲面を CAD モデルとして再現可能とする技術など，さまざまな分野とさまざまなデータに対してその分析技術とそのソリューションを提供している。

日本ユニシスの分析ソリューションは，それぞれの業務に併せて分析の目的設定からその分析手法，分析までを提案しており，企業経営上の戦略立案と IT を融合し，企業経営の効率化と個客価値創造につなげていく。

本特集号は，日本ユニシスが行ってきたさまざまな分析の事例とその実現手段について紹介させていただいている。その分野もダイレクトマーケティング，特許，CG や CAD と多岐に及んでいる。本特集号が，一般のアナリストだけでなく，データに基づいた経営の効率化を日々考えている方々への一助になれば幸いである。

(日本ユニシス・ソリューション株式会社
常務執行役員テクノロジーサービスグループ長)